

Monika Płaziak

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Anna Irena Szymańska

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Rola placów targowych w strukturze przestrzenno-społecznej i ekonomicznej Nowej Huty

***Role of the Markets in the Spatial, Social
and Economic Structure of Nowa Huta***

Streszczenie

Place targowe w ciągu ponad 60-letniej historii Nowej Huty, powstałej jako odrębne miasto, a od 1951 r. będącej dzielnicą Krakowa, pełniły istotną rolę w życiu tutejszej społeczności, stanowiąc nie tylko miejsce zakupów, ale też umożliwiając kontakty sąsiedzkie. W czasach gospodarki centralnie sterowanej były one ważne dla mieszkańców, dając sposobność zakupu towarów niedostępnych w miejscowych sklepach, lokalizowanych w Nowej Hucie zgodnie z – jak się później okazało utopijną – zasadą „samowystarczalności osiedla robotniczego”. Znaczenie ich nie zmniejszyło się również po 1989 r., kiedy to w okresie transformacji ustrojowej i społeczno-gospodarczej, która przyczyniła się do przekształceń funkcji handlowo-usługowych, place targowe uległy przeobrażeniom, wraz z pojawiającymi się nowymi przedsiębiorcami i oferowanym przez nich nowym asortymentem. Kondycja placów targowych jest różna w zależności od miejsca lokalizacji. Wydaje się jednak, iż nawet sąsiedztwo pobliskich sklepów wielkopowierzchniowych im nie zaszkodziło, a nawet można zauważyć swoisty rodzaj koegzystencji tych dwóch form handlu.

Place targowe na stałe wpisały się w fizjonomię tej części Krakowa i są rozpoznawalne przez wielu mieszkańców miasta, a zasięg ich oddziaływania na klientów, przedsiębiorców oraz handlujących rolników jest rozległy i daleko wykracza poza granice miasta. Aktualnie na stosunkowo niewielkiej powierzchni Nowej Huty, w obrębie 25 najstarszych osiedli i w ich najbliższym sąsiedztwie, na terenie zamieszkanym przez nieco ponad 50 tys. osób funkcjonują aż trzy place targowe. Autorki opracowania na podstawie przeprowadzonych kwestionariuszy wywiadu wśród wybranych grup respondentów dokonały analizy zasięgu oddziaływania tych miejsc oraz ich postrzegania przez klientów, przedsiębiorców i sprzedających tam rolników.

słowa kluczowe: handlujący, klienci, kupujący, Nowa Huta, place targowe, przedsiębiorcy, przestrzeń publiczna

Wprowadzenie

Plac targowy, nazywany również targowiskiem, na którym w określonych dniach tygodnia odbywały się targi, był przed wiekami i nadal jest nieodłącznym elementem polskich miast i miasteczek. W przeszłości targowiska stanowiły serce miasta, jego centrum, zważywszy, iż bardzo często targi odbywały się w rynku miejskim. To tutaj nie tylko kwitł handel, ale także rozwijało się rzemiosło i toczyło się życie publiczne mieszkańców miasta i przybyszy. W rynku znajdowały się kramy kupieckie, jatki (kramy rzeźnicze), a później często budowano ratusz i sukiennice, jak chociażby w Krakowie. Niejednokrotnie funkcje targowe danego miejsca stały się zalążkiem powstania tam miasta, wiele średniowiecznych miast i miasteczek lokowano w miejscach wymiany towarów, czasami nawet nazwy miejscowości świadczą o takich korzeniach, np. Nowy Targ, Targowica, Targowisko. Z czasem, wraz z rosnącym zapotrzebowaniem na większą powierzchnię handlową oraz przeważającą rolę reprezentacyjną rynku, w wielu miastach funkcje targowe zostały przeniesione do innych miejsc.

W Polsce rozwój placów targowych był szczególnie intensywny wraz z wkroczeniem kraju w przemiany ustrojowe i społeczno-ekonomiczne po 1989 r. Nastąpił wtedy ogólny wzrost aktywności handlowej Polaków, zmieniły się potrzeby zakupowe oraz wzrosła różnorodność towarów produkowanych w kraju, a także tych dostępnych z zagranicy – w ramach tzw. turystyki handlowej zza wschodniej granicy Polski przybywali tutaj handlujący, którzy sprzedawali przeróżny asortyment (Powęska 2002).

Obecnie wiele placów targowych funkcjonuje codzienne, a nie tylko w tzw. dni targowe. Zwiększa się sprzedawany asortyment, już nie tylko rolnicy sprzedają swoje płody rolne, ale coraz częściej na terenie placów targowych znajdują się stałe zadaszone stoiska lub hale ze stoiskami oraz sklepiki, w których odbywa się codzienny handel. Jest on prowadzony zarówno przez właścicieli lub najemców obiektów, jak również przez specjalnie zatrudnionych pracowników.

Z wymienionych wyżej powodów w literaturze przedmiotu w celu odróżnienia tradycyjnych placów targowych, na których obrót towarami związany był z odbywającym się targiem, od placów z handlem codziennym o urozmaiconej strukturze asortymentu i formie obiektów handlowych, można znaleźć określenie bliższe realiom współczesnym – placu handlowego lub bazaru (Gołąb-Korzeniowska 1997). Zważywszy na fakt, iż na niektórych placach nadal funkcjonuje pojęcie dni targowych i wydaje się, że w tych dniach handel jest nieco wzmożony, oraz z racji współwystępowania form handlu prowadzonego przez rolników sprzedających własne plony i produkty, rzemieślników handlujących własnymi wyrobami i przedsiębiorców prowadzących

regularną sprzedaż, autorki niniejszego opracowania zdecydowały się na traktowanie terminów „plac targowy”, „targowisko”, „plac handlowy” i „bazar” jako synonimów używanych wymiennie.

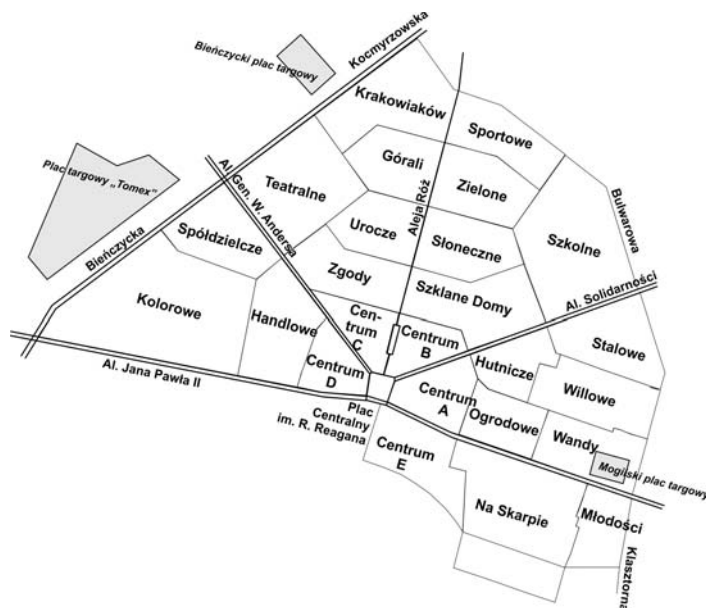
Swoje place targowe posiadają również najmłodsze miasta, czy też nowe dzielnice miast, powstałe po II wojnie światowej. Nowa Huta nie jest wyjątkiem, od samego początku jej istnienia (1949), najpierw jako odrębnego miasta, a nieco później dzielnicy Krakowa, w nowohuckiej tkance miejskiej znalazło się miejsce na plac targowy, który powstał wraz z pierwszymi blokami. Był nim plac Mogilski, znajdujący się na osiedlu Wandy (do 1958 r. osiedle A-1 Południe), który swój rozkwit przeżywał w latach 80. XX w., a teraz czasy świetności ma już za sobą. Wraz z rozwojem przestrzennym i demograficznym Nowej Huty powstały nowe place targowe, przy czym należy zaznaczyć, że znajdujące się już poza obrębem najstarszej części Nowej Huty, a więc poza dzielnicą XVIII Nowa Huta, w dzielnicach XV Mistrzejowice i XVI Bieńczyce, które w świadomości mieszkańców Krakowa traktowane są jako część Nowej Huty (Płaziak 2014). Są to duże place targowe: Bieńczycki Plac Targowy w Bieńczycach (osiedle Przy Arce), plac targowy Tomex na osiedlu Niepodległości, oraz plac targowy na osiedlu Złotego Wieku. Ponadto znajdują się w tych dzielnicach jeszcze dwa mniejsze place, na osiedlach Piastów i Kalinowym.

W opracowaniu poddano analizie trzy place targowe znajdujące się na terenie najstarszej części Nowej Huty, obejmującej 25 osiedli zamieszkałych przez ponad 56 tys. osób (dane na podstawie StatKraK), lub w jej najbliższym sąsiedztwie: Mogilski Plac Targowy) Bieńczycki Plac Targowy oraz plac targowy Tomex (ryc. 1).

Za cel opracowania przyjęto określenie roli, jaką wspomniane place targowe odgrywają w strukturze przestrzennej i społeczno-ekonomicznej najstarszej części Nowej Huty. Autorki wraz ze studentami kierunku gospodarka przestrzenna Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie przeprowadziły kwestionariusze wywiadu wśród osób handlujących na tych targowiskach oraz klientów. W dalszej części opracowania zaprezentowano uzyskane wyniki badań.

Charakterystyka najstarszych placów targowych w Nowej Hucie

Najstarszym placem targowym w Nowej Hucie, który zaczął funkcjonować równocześnie z wybudowaniem pierwszych bloków, jest Mogilski Plac Targowy (nazywany również placem targowym w Mogile), który zlokalizowany został na osiedlu Wandy, na terenie należącym wcześniej do



Ryc. 1. Najstarsze osiedla Nowej Huty wraz z pobliskimi placami targowymi

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Salwiński, Sibila 2008.

wsie Mogiła. Ten nieduży plac targowy, o powierzchni zaledwie nieco ponad 4 tys. m² znajduje się na skraju najstarszej części Nowej Huty o charakterze zwartej zabudowy blokowej, przy skrzyżowaniu dwupasmowej Alei Jana Pawła II (z linią tramwajową i autobusową) z ulicą Bulwarową (z linią autobusową). Tuż obok znajduje się mały cmentarz oraz stacja paliw. Plac targowy w Mogile jeszcze do lat 80. XX w. tętnił życiem, szczególnie w dni targowe – poniedziałki i czwartki, kiedy to okoliczni rolnicy przywozili płody ziemi, a rzemieślnicy swoje wyroby. Choć handlowano także innym asortymentem, m.in. odzieżą. Aktualnie handel tutaj prowadzony jest w małych sklepikach okalających płytę targu oraz na straganach (stołach) i wprost na płycie, jak też u wejścia na teren placu. W sklepikach dominuje sprzedaż artykułów spożywczych, a na straganach i wprost z płyty – warzyw i owoców. Zawsze też kilka osób handluje tutaj starociami i drobiazgami o małej wartości.

Drugim placem targowym powstałym w Nowej Hucie jest Bieńczycki Plac Targowy (nazywany także placem targowym w Bieńczykach), o powierzchni nieco ponad 7 tys. m². Jego początki sięgają końca lat 50. XX w. Położony jest już poza obrębem najstarszych osiedli Nowej Huty, lecz w ich najbliższym sąsiedztwie, tuż za ulicą Kocmyrzkowską, na osiedlu

Przy Arce, w pobliżu dawnej wsi Bieńczyce. Zaraz za placem znajduje się zespół szkół średnich oraz kościół Arka Pana. Nieopodal tego placu targowego, od strony północno-wschodniej, w latach 90. XX w. wybudowano zespół obiektów usługowych, uzupełniających jego ofertę. Dostępność komunikacyjna placu jest dobra dzięki pobliskiej dwupasmowej ulicy Kocmyrzowskiej z linią tramwajową i autobusową oraz ulicy Obrońców Krzyża z linią autobusową. Prowadzą tutaj ciągi spacerowe zarówno od strony najstarszej części Nowej Huty jak też w kierunku nowszych osiedli – w stronę kościoła Arka Pana oraz w kierunku kolejnego placu targowego – pobliskiego Tomexu. Przestrzeń placu w Bieńczycach jest zorganizowana, a poszczególne jego części zostały dobrze wydzielone: od strony północno-zachodniej znajduje się zwarty układ pawilonów (z jednym piętrem) z placikiem pośrodku, pozostała część to stoły, stragany i małe sklepiki, natomiast od północy znajduje się miejsce do sprzedaży bezpośrednio z samochodów. Frontem do ulicy Obrońców Krzyża ustawiono małe sklepiki – kwaciarnie.

Trzecim placem targowym na omawianym obszarze jest Tomex (Centrum Handlowe Tomex), jeden z największych placów w Krakowie, o powierzchni blisko 22,5 tys. m². Znajdują się tutaj zarówno pawilony handlowe, jak też stoiska i stragany oraz sklepiki, handel odbywa się też bezpośrednio na płycie oraz z samochodów. Asortyment podlegający obrotowi handlowemu na tym placu jest najbardziej różnorodny spośród oferty trzech prezentowanych placów. Handluje się tutaj towarami wszelkiego rodzaju, poczynając od odzieży, przez artykuły chemiczne i kosmetyczne, żywność oraz zabawki, a kończąc na towarach o większych gabarytach, np. meble. Tomex jest targowiskiem typu „tandeta”, na którym nie dominuje handel płodami rolnymi i artykułami spożywczymi, lecz przewagę stanowią artykuły przemysłowe w dużej liczbie i urozmaiconym rodzaju, sprzedawane jednak po cenach detalicznych (Gołąb-Korzeniowska 1997). Powstanie tego placu, jednego z największych w Polsce południowej, datuje się na 1990 rok. Prawdopodobnie nazwa pochodzi od imienia właściciela Tomasza Szewca (Dzieszyński, Franczyk 2006). Tomex znajduje się na skraju osiedla Niepodległości przy ulicy Bieńczyckiej (z linią tramwajową), posiada dużych rozmiarów parking. Nieopodal, przy ulicy Medveckiego, w 2002 r. wybudowano sklep wielkopowierzchniowy Centrum Handlowe Czyżyny (Carrefour), który z jednej strony jest konkurencją dla handlu na Tomexie, jak i placu bieńczyckim, z drugiej jednak strony oba place wraz z hipermarketem stworzyły swoisty ciąg handlowy, prawdopodobnie z uzupełniającą się ofertą.

Od socjalizmu do globalizacji – znaczenie placów targowych w przestrzeni miejskiej Nowej Huty na tle przemian społeczno-gospodarczych

Każda przestrzeń miejska dzieli się na przestrzeń prywatną i publiczną, którą charakteryzuje różny stopień dostępności, może być całkowicie zamknięta lub otwarta właściwie dla każdego (Madanipour 2003). Do przestrzeni prywatnej, przykładowo naszych domów, wstęp posiadają jedynie osoby, które uzyskają przyzwolenie. Istnieją w przestrzeni miejskiej miejsca uznawane za publiczne, które teoretycznie dostępne są dla wszystkich, jednakże w praktyce, ze względu na charakter przestrzeni, jej wygląd i status oraz panujące obyczaje, nie każdy jest tam mile widziany. Przykładem mogą być chociażby niektóre kościoły (o ile w ogóle za przestrzeń publiczną uznamy przestrzeń zamkniętą). Znajdziemy w mieście również przestrzenie w pełni publiczne, czyli otwarte, znajdujące się między budynkami, do których dostęp mają wszyscy, niezależnie od wyglądu, płci, wieku i przekonań. Najczęściej spotykanymi przestrzeniami publicznymi w miastach są ulice, place miejskie, rynki oraz wszelkie targowiska.

W Nowej Hucie okresu socjalistycznego, czyli od momentu powstania do 1989 r., w obrębie najstarszej części dzielnicy funkcjonowały dwa place targowe: mogiński i bieńczycki. Oba powstały na skraju osiedli o zabudowie bloków wielorodzinnych i doskonale wpisały się w fizjonomię miasta, nie zaburzając układu przestrzennego, a jednocześnie mieszcząc się w pobliżu bloków, dzięki czemu stały się łatwo dostępne. Od samego początku ich znaczenie w codziennym życiu społecznym mieszkańców młodej dzielnicy było istotne. Place te pełniły rolę miejsc, w których ludność zaopatrywała się w świeże produkty rolne oraz wyroby rzemieślnicze, głównie w dni targowe. Mieszkańcy nowego miasta przybyli do niego w większości z obszarów wiejskich, przywożąc ze sobą przyzwyczajenia dokonywania zakupów właśnie na targach. Ponadto oferta ówczesnych sklepów, stworzonych w Nowej Hucie pod konkretny asortyment, będąc co prawda relatywnie bogatszą w porównaniu z zaopatrzeniem sklepów reszty Krakowa, okazywała się i tak niewystarczająca (Płaziak 2014). Oba place targowe tętniły życiem, pełniąc rolę zarówno miejsca handlu, jak i spotkań. Dawały one namiastkę dotychczasowego wiejskiego życia tutejszej ludności. Poza tym to tutaj można było nabyć niedostępne w sklepach produkty przywożone/przemycane z zagranicy, szczególnie w latach 80. XX w., gdy w polskich sklepach brakowało właściwie wszystkiego.

Wraz z transformacją gospodarczą po 1989 r. zdecydowanie osłabło znaczenie placu mogińskiego. Nowa Huta od wielu lat rozwijała się w kierunku północnym i zachodnim, powstawały wielkie blokowiska w Bieńczykach

i Mistrzejowicach, podczas gdy ludność najstarszych osiedli i pobliskiej Mogiły zaczęła gwałtownie się starzeć. Targowiskiem zaopatrującym mieszkańców Nowej Huty był przede wszystkim plac w Bieńczykach, a wkrótce, bo od 1990 r., również znacznie większy Tomex (oraz nieobjęty zakresem tej pracy plac targowy na osiedlu Złotego Wieku).

Po wejściu Polski w okres transformacji sfera handlowo-usługowa uległa w Nowej Hucie dużym przeobrażeniom. Wiązało się to z prywatyzacją i powstaniem nowych potrzeb mieszkańców jako uczestników tworzącej się gospodarki rynkowej. Były to oczywiście doświadczenia charakterystyczne dla wszystkich miast okresu postsocjalistycznego, jednakże Nowa Huta, zaplanowana jako wzorcowe miasto socjalistyczne w Polsce, stanowiła swojego rodzaju poligon doświadczalny. Tutaj szczególnie uwidoczniły się trudności związane z wprowadzeniem gospodarki rynkowej, co bezpośrednio widoczne było poprzez wymianę dotychczasowych asortymentów, na ofertę nierzadko niskiej jakości, dążącą do dostosowania do niewystępujących dotychczas potrzeb i możliwości mieszkańców. Doskonałym uzupełnieniem niewystarczającej, nienadążającej za potrzebami klientów oferty sklepów była sprzedaż wszelkiego rodzaju towarów na placach targowych. Zwłaszcza Tomex rozwijał się błyskawicznie. Handlowano tutaj wszystkim, a handel prowadzili nie tylko mieszkańcy Nowej Huty i Krakowa, ale także mieszkańcy okolic i całej właściwie Małopolski, a nawet przybysze zza wschodniej granicy państwa oraz Azjaci (głównie Wietnamczycy). Tomex ze swoim niekontrolowanym rozprzestrzenianiem się do obecnie ok. 700 punktów handlowych i 2 tys. podmiotów gospodarczych (Dzieszyński, Franczyk 2006), stanowi dowód żywiołowego odzewu na zaspokojenie nowych potrzeb konsumentów okresu transformacji, ale i późniejszych, stale rosnących potrzeb, związanych z wkraczającą wszędzie globalizacją, generującą zmiany w stylu życia. Oba place targowe, bieńczycki i Tomex, z jednej strony, dając możliwość zrobienia różnorodnych zakupów w jednym miejscu, po stosunkowo niskich cenach, oraz skorzystania z rozmaitych usług (np. fryzjerskich, solarium, wymiany walut, dorabiania kluczy, ksero, itp.) stanowią dużą konkurencję dla osiedlowych sklepików i punktów usługowych, co z pewnością przyczynia się do ich upadku (na osiedlach Kolorowym, Spółdzielczym, Krakowiaków, które sąsiadują bezpośrednio z placami targowymi, widoczne jest znacznie słabsze nasycenie ofertą handlowo-usługową), z drugiej strony stanowią swojego rodzaju jakość pośrednią w przestrzeni, mentalności i ofercie między lokalnymi sklepikami a dużymi centrami handlowymi. Ponadto oba targowiska integrują mieszkańców i tworzą charakterystyczne punkty w przestrzeni miasta, nierozzerwalnie kojarzone z Nową Hutą. Jednocześnie najstarszy plac targowy w Nowej Hucie, plac mogiński, mimo że przetrwał upływ czasu, degradację tkanki miejskiej tej części miasta oraz zubożenie i starzenie

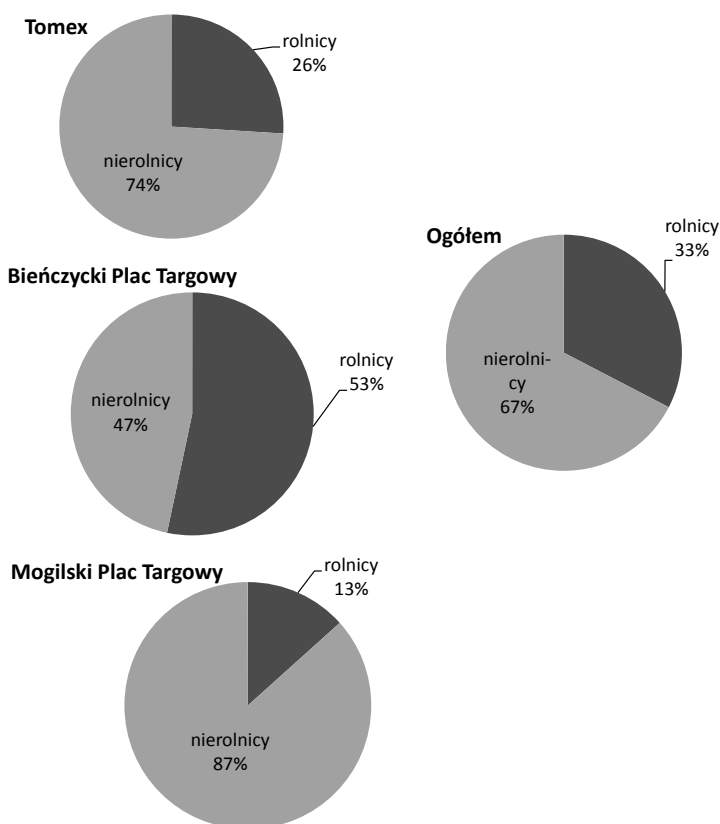
się społeczności najstarszych osiedli na początku XXI w., stał się miejscem handlu o charakterze wybitnie lokalnym, zaopatrującym jedynie pobliskich mieszkańców.

Place targowe najstarszej części Nowej Huty z punktu widzenia handlujących

W celu zbadania funkcji, jakie obecnie spełniają omawiane place targowe (dla mieszkańców zarówno Nowej Huty i Krakowa, jak też sąsiednich miejscowości), przeprowadzono badania opierające się na kwestionariuszach wywiadu. Badaniom poddano trzy place zlokalizowane w starej części Nowej Huty tj. Mogiński Plac Targowy, Bieńczycki Plac Targowy i Tomex. W badaniach zastosowano dwa rodzaje kwestionariuszy ankiety. Umożliwiło to analizę istoty placów targowych zarówno z perspektywy osób prowadzących na nich działalność handlową (kwestionariusz I), jak i z perspektywy odwiedzających ww. place i dokonujących tam zakupów (kwestionariusz II).

Kwestionariusz I skierowany był do osób handlujących na placu i obejmował dziewięć pytań, które miały pomóc w zdiagnozowaniu charakteru prowadzonej działalności. W badaniu z wykorzystaniem tego kwestionariusza uczestniczyło łącznie 95 respondentów, przy czym było to 50 respondentów placu Tomex, 30 respondentów z placu w Bieńczykach oraz 15 respondentów z placu w Mogile.

Analiza uzyskanych wyników badań wykazała, że w przeważającej większości osoby handlujące na placu były mieszkańcami Krakowa i stanowiły nieco ponad 70% ogółu ankietowanych, z czego mieszkańcy Nowej Huty (w jej szerokim rozumieniu, a więc obejmującej dzielnice: XIV Czyżyny, XV Mistrzejowice, XVI Bieńczyce, XVII Grębałów i XVIII Nowa Huta; Płaziak 2014, Gądecki 2012) stanowili aż 57%. Należy tu zwrócić uwagę, że uzyskane wartości ogólne są w dużej mierze zgodne z danymi szczegółowymi dla placów Tomex oraz mogińskiego. Natomiast w przypadku placu w Bieńczykach liczba handlujących z Krakowa (53%) jest niemal równa liczbie handlujących przyjeżdżających z sąsiednich miejscowości (Kocmyrzów, Michałowice, Łuczyce, Luborzyca, Proszowice itp.), a nawet z nieco bardziej oddalonych, np. Miechów, Mszana Dolna czy Zakliczyn (łącznie 48%). Potwierdzone również zostało, iż jedynie w przypadku placu w Bieńczykach nieco ponad połowa osób handlujących na placu określa się mianem rolników sprzedających własne płody rolne (ryc. 2).

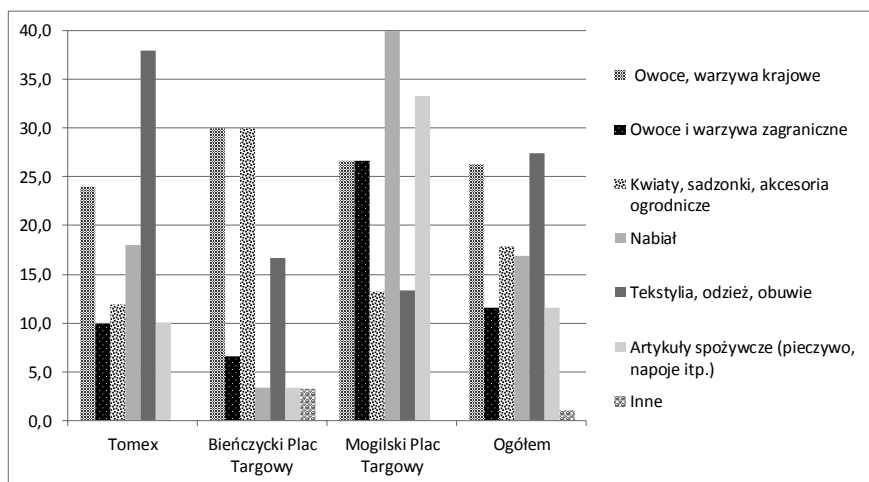


Ryc. 2. Struktura handlujących na placach targowych poddanych badaniom – rolnicy i nierolnicy (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ponad połowa ogółu ankietowanych (niemal 53%) twierdzi, że prowadzą swoją działalność gospodarczą dłużej niż 10 lat. W przypadku Tomexu i placu mogińskiego jest to 40%, natomiast w przypadku placu bieńczyckiego aż 80%. Niemal 49% respondentów określa swoją działalność jako rodzinną. Należy tu podkreślić, że aż 60% ankietowanych prowadzących działalność gospodarczą na placu bieńczykim i mogińskim potwierdza rodzinność swojej działalności, podczas gdy na Tomexie w 38% jest to działalność rodzinna i w 38% działalność prowadzona wspólnie z osobą niespokrewnioną.

Przedsiębiorcy najczęściej oferują tekstylia, odzież i obuwie (ponad 27%) oraz owoce i warzywa krajowe. Należy tu jednak podkreślić, że zauważalna jest pewna specjalizacja w przypadku poszczególnych placów targowych. Na Tomexie dominuje handel tekstyliami, odzieżą i obuwem, i ta katego-



Ryc. 3. Zróżnicowanie towarów stanowiących przedmiot obrotu na badanych placach targowych (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ria stanowi aż 38% ogółu oferowanych tym towarów (24% stanowią owoce i warzywa krajowe). Na Bieńczyckim Placu Targowym oferowane są przede wszystkim owoce i warzywa krajowe oraz kwiaty, sadzonki i akcesoria ogrodnicze (30%). Natomiast plac mogiński wyspecjalizował się w sprzedaży nabiału. Aż 40% oferowanych tam produktów stanowi właśnie ta kategoria (ryc. 3, tab. 1).

Tab. 1. Zróżnicowanie towarów stanowiących przedmiot obrotu na badanych placach targowych w ujęciu szczegółowym (%)

| Plac targowy | Owoce, warzywa krajowe | Owoce i warzywa zagraniczne | Kwiaty, sadzonki, akcesoria ogrodnicze | Nabiał | Tekstylia, odzież, obuwie | Artykuły spożywcze (pieczywo, napoje itp.) | Inne |
|--------------|------------------------|-----------------------------|--|--------|---------------------------|--|------|
| Tomex | 24,0 | 10,0 | 12,0 | 18,0 | 38,0 | 10,0 | 0,0 |
| Bieńczycki | 30,0 | 6,7 | 30,0 | 3,3 | 16,7 | 3,3 | 3,3 |
| Mogiński | 26,7 | 26,7 | 13,3 | 40,0 | 13,3 | 33,3 | 0,0 |
| Ogółem | 26,3 | 11,6 | 17,9 | 16,8 | 27,4 | 11,6 | 1,1 |

* Respondenci mieli możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi. W związku z tym suma wartości procentowych może stanowić więcej niż 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tab. 2. Podstawowa charakterystyka respondentów (kupujących) uczestniczących w badaniach (%)

| | | | | | |
|----------------------|-------------------------|-------|------------|----------|--------|
| Miejsce zamieszkania | Inne | 5,0 | 15,4 | 0,0 | 8,1 |
| | Nowa Huta | 85,0 | 79,5 | 100,0 | 85,9 |
| | Kraków | 95,0 | 84,6 | 100,0 | 91,9 |
| Wykształcenie | Wyższe | 17,5 | 25,6 | 20,0 | 21,2 |
| | Średnie | 45,0 | 41,0 | 45,0 | 43,4 |
| | Podstawowe/ zawodowe | 37,5 | 30,8 | 40,0 | 34,3 |
| Wiek | Powyżej 60 lat | 20,0 | 38,5 | 25,0 | 28,3 |
| | 51–60 | 7,5 | 20,5 | 20,0 | 15,1 |
| | 41–50 | 25,0 | 10,3 | 20,0 | 18,2 |
| | 31–40 | 10,0 | 17,9 | 30,0 | 17,2 |
| | 21–30 | 25,0 | 12,8 | 0,0 | 15,1 |
| | 16–20 | 12,5 | 0,0 | 5,0 | 6,1 |
| Płeć | Mężczyźni | 45,0 | 23,1 | 15,0 | 30,3 |
| | Kobiety | 55,0 | 76,9 | 85,0 | 69,7 |
| Liczba respondentów | | 40 | 39 | 20 | 99 |
| Plac targowy | | Tomex | Bieńczycki | Mogilski | Ogółem |

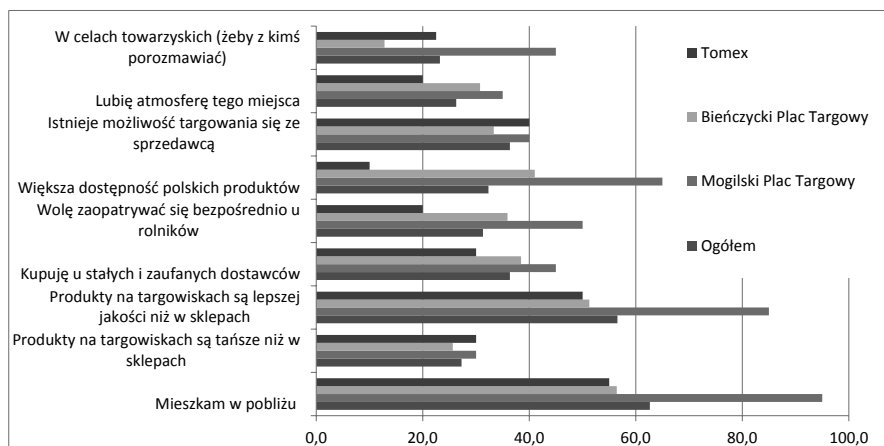
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Place targowe najstarszej części Nowej Huty z punktu widzenia kupujących

Kwestionariusz II dotyczył osób dokonujących zakupów na placach targowych i zawierał osiem pytań, których celem było uzyskanie informacji na temat, jacy klienci przede wszystkim odwiedzają place oraz w jakim celu. W badaniu uczestniczyło łącznie 99 respondentów, w tym 40 klientów placu Tomex, 39 klientów placu bieńczyckiego oraz 20 klientów placu mogińskiego.

Zgodnie z uzyskanymi wynikami badań klientami badanych trzech placów targowych w niemal 70% były kobiety powyżej 60 roku życia, posiadające średnie wykształcenie. W przeważającej większości byli to mieszkańcy Nowej Huty. Należy tu podkreślić, że klientami placu mogińskiego w 100% są mieszkańcy Nowej Huty, natomiast Tomex odwiedzają również osoby mieszkające w znacznie oddalonych od Nowej Huty dzielnicach Krakowa (np. Podgórze, Krowodrza) z uwagi na tekstylia, odzież i obuwie oferowane tam w dość atrakcyjnych cenach (szczegółową analizę kupujących z rozróżnieniem na poszczególne place przedstawiono w tab. 2).

Respondenci zapytani o przyczyny odwiedzania placów targowych podkreślali przede wszystkim bliskość zamieszkania (niemal 63%) oraz fakt, iż produkty na targowiskach są lepszej jakości niż te dostępne w sklepach (prawie 57%). Respondenci odwiedzają place targowe nie tylko w celach zakupowych, lecz również i towarzyskich. Tę odpowiedź wybrało 23% ogółu respondentów (ryc. 4).



Ryc. 4. Powody dokonywania zakupów na wybranych placach targowych (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

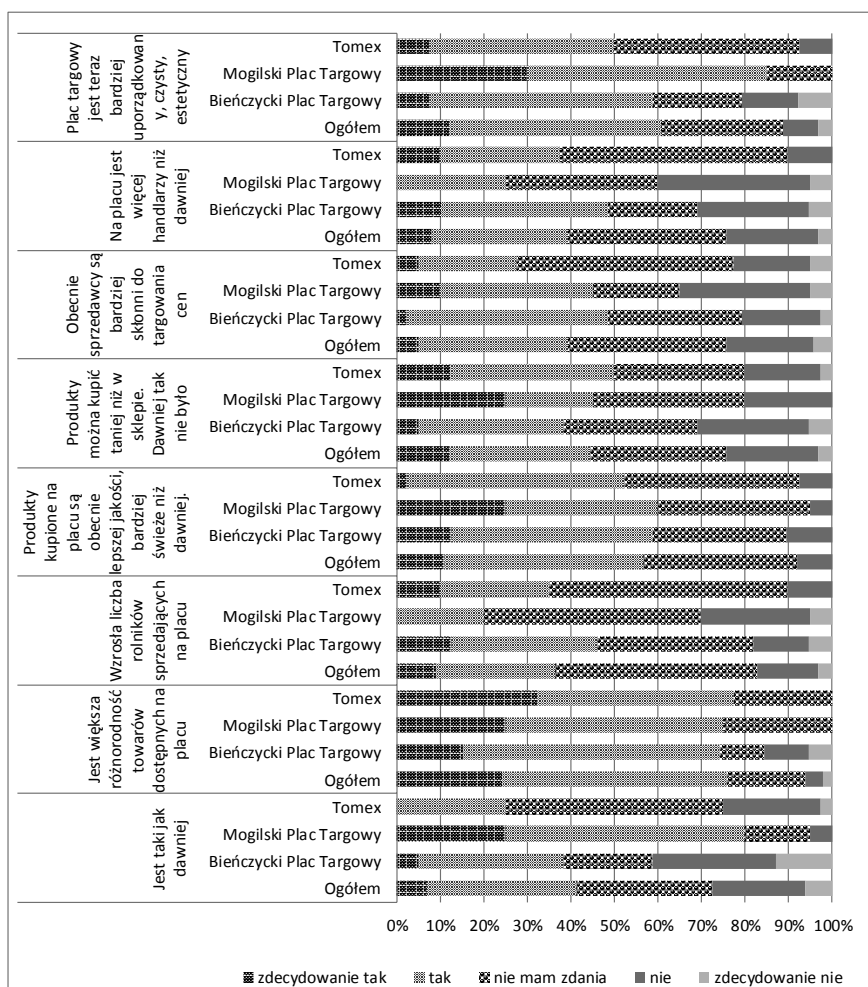
Szczegółowa analiza odpowiedzi respondentów, z rozróżnieniem na poszczególne place targowe, wykazała, że w przypadku wszystkich trzech targowisk respondenci dokonują tam zakupów z uwagi na to, że są one położone blisko ich miejsca zamieszkania. Tę właśnie odpowiedź wybrało aż 95% klientów placu mogińskiego. Respondenci ci podkreślili również, że jakość dostępnych tam produktów jest wyższa niż w sklepach (85%). Co ciekawe, 50% badanych zaznaczyło, że właśnie na tym placu mogą kupić produkty bezpośrednio od rolników, podczas gdy analiza handlujących na tym placu wykazała, że zaledwie 13% tam handlujących stanowią rolnicy. Może to wynikać z faktu, że plac ten pod względem powierzchni jest niewielki, a dostępność płodów rolnych dla kupujących jest wystarczająca. Aż 45% respondentów odwiedza ten plac również w celach towarzyskich, aby z kimś porozmawiać. Można stąd wnioskować, że plac ten ma swój szczególny klimat, a osoby dokonujące na nim zakupów są stałymi klientami, znają osoby tam handlujące i chętnie kupują od nich produkty, zwłaszcza że są przekonani o wysokiej jakości sprzedawanych towarów. Zdecydowanie najrzadziej ankietowani wybierali odpowiedź, że produkty te są tańsze niż w sklepach (30%) oraz że lubią atmosferę tego miejsca (35%).

Nieco ponad 56% klientów Bieńczyckiego Placu Targowego mieszka w jego pobliżu. Podobnie jak klienci Mogińskiego Placu Targowego podkreślają oni wysoką jakość dostępnych na placu produktów (ponad 53%) oraz większą dostępność polskich produktów (41%), które kupują u stałych i zaufanych dostawców (38,5%). Zaledwie niespełna 13% respondentów odwiedza ten plac w celach towarzyskich.

Klienci placu targowego Tomex to w 55% osoby mieszkające w jego sąsiedztwie, które doceniają jakość oferowanych produktów (50%) oraz fakt, że można tam również targować ceny. Zaledwie 10% ankietowanych uważa, iż istnieje na tym placu większa dostępność polskich produktów.

W trakcie badania zapytano również respondentów, czy zaobserwowali zmiany w funkcjonowaniu placu w ciągu ostatnich lat (ryc. 5). Mimo że ogólnie respondenci nie dostrzegli zmian w funkcjonowaniu badanych placów (w przypadku Mogińskiego Placu Targowego aż 80% respondentów potwierdziło, że jest tak jak było dawniej), to jednak niemal 76% ogółu uczestniczących w badaniach zwróciło uwagę na wzrost różnorodności produktów dostępnych obecnie na placach. Ocena ta była bardzo zbliżona w przypadku wszystkich trzech badanych placów. Niemal 61% respondentów podkreśliło również, że obecnie place targowe są bardziej uporządkowane, czyste i estetyczne niż dawniej. Tę różnicę zdecydowanie zauważyli klienci Mogińskiego Placu Targowego (plac w Mogile – 85%, plac w Bieńczykach – 59%, Tomex – 50%). Niemal 57% badanych zauważyło również, że produkty kupione na placu są obecnie lepszej jakości i bardziej świeże niż w poprzednich latach

oraz że można je kupić taniej niż w sklepie (Tomex – 50%, plac w Mogile – 45%, plac w Bieńczykach – 38,5%). Ponad 46% klientów Bieńczyckiego Placu Targowego zaobserwowało wzrost liczby rolników sprzedających na placu. Klienci pozostałych dwóch placów takiej sytuacji nie zauważyli. Niemal 50% klientów Bieńczyckiego Placu Targowego zwróciło również uwagę na wzrost liczby osób handlujących na placu, którzy nie są rolnikami. Przeciwne zdania natomiast byli klienci Mogilskiego Placu Targowego. Tam 40% respondentów potwierdziło, że nie zaobserwowano takiej prawidłowości.



Ryc. 5. Ocena zmian, jakie zaistniały na badanych placach targowych w ostatnich latach według kupujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Podsumowanie

Place targowe znajdujące się w najbliższym sąsiedztwie najstarszych osiedli Nowej Huty są nierozdzielalnym elementem jej przestrzeni fizycznej, jak również społecznej i ekonomicznej. Wkomponowały się w tkankę miejską, nie powodując uszczerbku w fizjonomii miasta, i są miejscem nie tylko sprzedaży oraz dokonywania zakupów – dając zatrudnienie mieszkańcom Nowej Huty, Krakowa i okolicznych miejscowości, a także umożliwiając zakup towarów po atrakcyjnej cenie – ale stanowią również przestrzeń publiczną, łatwo dostępne miejsce codziennych spotkań mieszkańców. Dwa z omawianych placów, mogiński i bieńczycki, pełniły wspomniane funkcje już w latach 50. XX w., zmieniały się wraz ze zmianą ustroju politycznego, dostosowując się do wymagań związanych z transformacją ekonomiczną i społecznymi zmianami wkraczającej globalizacji, której procesy rozwinęły się głównie w XXI w. (Raźniak 2014; Raźniak 2013; Raźniak, Winiarczyk-Raźniak 2013). Przy czym plac mogiński utracił swoje znaczenie, posiadając aktualnie charakter lokalny, z relatywnie niewielką liczbą handlujących i klientów – rekrutujących się wyłącznie spośród pobliskich osiedli. Podczas gdy plac bieńczycki, stale rozwijając się i powiększając swą ofertę, stał się miejscem popularnym wśród mieszkańców dzielnicy, oferując szeroki asortyment towarów (zwłaszcza warzyw i owoców, ogrodnictwa i kwiatów), przejął w Nowej Hucie prym handlu płodami rolnymi prowadzonego bezpośrednio przez rolników. Natomiast najmłodszy z omawianych placów – Tomex – powstając w latach 90. XX w., od samego początku stał się miejscem handlu bardzo zróżnicowanym asortymentem, odwiedzanym bardzo często przez osoby spoza Nowej Huty.

Nowohuckie place targowe uzupełniają ofertę małych nowohuckich sklepów, a nie poddając się konkurencji pobliskich sklepów wielkopowierzchniowych, stały się poniekąd ich przedłużeniem na szlaku odbywania zakupów, zwłaszcza na linii: plac bieńczycki – Tomex – CH Czyżyny (Carrefour).

Wśród handlujących na badanych placach targowych przeważają osoby pochodzące z Nowej Huty, lecz nie wyłącznie – spory udział stanowią mieszkańcy innych części Krakowa i pobliskich wsi, a nawet zdarzają się reprezentanci odległych miejscowości województwa małopolskiego, jak Miechów, Mszana Dolna czy Zakliczyn. Na placach targowych handlują najczęściej osoby prowadzące rodzinną działalność gospodarczą, zwłaszcza na placach mogińskim i bieńczyckim. W przeważającej części jest to działalność już kilkunastoletnia, czyli można mówić o jej zakotwiczeniu w tych właśnie miejscach. Z pewnością jest to czynnik sprzyjający panującej tam specyficznej atmosferze. Cenią sobie tę atmosferę klienci, spośród których największy udział stanowią kobiety po 60 roku życia. Place targowe starej części Nowej Huty odwiedzane są nie tylko ze względu na możliwość tańszych zakupów,

podkreślaną przez respondentów bogatą ofertę różnorodnych świeżych produktów, ale i specyficzny klimat targowiska.

Pod znakiem zapytania stoją losy placu w Mogile. Autorki zastanawiają się, czy przetrwa on próbę czasu. Obserwując jego kurczącą się systematycznie ofertę, zdecydowaną lokalność oraz peryferyjne położenie względem całego miasta, można przewidywać stopniowe zanikanie tamtejszych funkcji targowych. Pozycja pozostałych dwóch placów, ze względu na dogodne położenie komunikacyjne, okoliczne duże skupiska bloków mieszkalnych, dotychczasową popularność wśród mieszkańców dzielnicy (a w przypadku Tomexu także reszty miasta) oraz niezwykle bogatą ofertę towarów i usług, wydaje się niezagrażona.

Summary

During more than 60 years of Nowa Huta history, established as a separate town, and since 1951 treated as a district of Kraków, markets located there carried out an important role in the life of the local community. Markets were not only places of purchases but also were allowing the neighbours' contacts. Markets were important for the inhabitants especially in the days of the centrally controlled economy, giving the opportunity to buy goods not available in local stores of Nowa Huta in accordance with the utopian principle of "workers" settlement self-sufficiency. The importance of markets has not abated even after 1989 when political and socio-economic transformation occurred. Markets have been transformed because of new entrepreneurs who offered new assortment. The condition of markets varies depending on the location. However, it seems that even the neighbourhood of shopping centres does not bring losses. What is more, there could be noticed even a peculiar kind of coexistence between these two forms of trade.

Markets became a permanent element of that part of Krakow, and are recognized by many residents of the city. The extent of their impact on customers, traders and farmers is large, far beyond the city borders. Currently in a relatively small area of Nowa Huta, within the 25 oldest settlements and in their immediate vicinity, in the area inhabited by just over 50 thousand people, there are three markets.

On the basis of the interviews by questionnaires conducted in selected groups of respondents there have been performed an analysis of the markets impact range as well as consumers, entrepreneurs and selling there farmers' perception.

key words: buyers, customers, entrepreneurs, markets, Nowa Huta, public space, traders

Literatura

- Dzieszyński R., Franczyk J.L. (2006), *Encyklopedia Nowej Huty*, Kraków: Wydawnictwo Towarzystwa Słowaków w Polsce [etc.].
- Gądecki J. (2012), *I love NH. Gentryfikacja starej części Nowej Huty?*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Gołqb-Korzeniowska M. (1997), *Rola i znaczenie placów handlowych w strukturze przestrzennej miasta na przykładzie Krakowa* [praca doktorska], Kraków: PK.

- Madanipour A. (2003), *Public and Private Spaces of the City*, Routledge: London.
- Płaziak M. (2014), *Przemiany funkcji handlowo-usługowych w mieście postsocjalistycznym na przykładzie Nowej Huty*, [w:] E. Kaczmarska, P. Raźniak (red.), *Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne przemiany struktur regionalnych*, Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM, 1, 85–100.
- Powęska H. (2002), *Przestrzenny wymiar handlu targowiskowego w województwie małopolskim w 2000 r.*, [w:] Z. Górka, A. Jelonek (red.), *Geograficzne uwarunkowania rozwoju Małopolski*, Kraków: IGiGP UJ, 413–416.
- Raźniak P. (2013), *Globalne powiązania metropolii europejskich – próba typologii*, „Studia Miejskie”, 9, 83–94.
- Raźniak P., Winiarczyk-Raźniak A. (2013), *Spatial Distribution and Differences in Migration Patterns and Revenues of Gminas in the Kraków Metropolitan Area*, „Bulletin of Geography. Socio-economic Series”, 19, 73–86.
- Raźniak P. (2014), *Pozycja gospodarcza miast na arenie międzynarodowej i krajowej*, [w:] K. Kuć-Czajkowska, M. Sidor (red.), *Miasta, aglomeracje, metropolie w nurcie globalnych przemian*, Lublin: Wydawnictwo UMCS, 345–360.
- Salwiński J., Sibila L.J. (2008), *Nowa Huta – przeszłość i wizja. Studium muzeum rozproszonego*, Kraków: MKH.

Netografia

StatKraK, <http://msip2.um.krakow.pl/statkrak>